GUÍA DOCENTE DEL CURSO	
Nombre del curso	Tratamiento Computacional de la Encuestación
Profesor(es)	Pedro Antonio García López (http://www.ugr.es/local/pagarcia) José Fernando Vera Vera (http://www.ugr.es/local/jfvera)
Descripción	Este curso tiene como objetivo fundamental proporcionar una visión integral de los métodos de investigación mediante encuestas por muestreo, y su tratamiento computacional con diferentes programas, con especial atención al software libre, desde la concepción del problema de investigación y su marco teórico hasta la presentación del informe final sobre la misma. Además, con base en los conocimientos adquiridos, se pretende capacitar al alumno para desarrollar, gestionar y presentar un proyecto propio de investigación por encuestas.
Objetivos particulares	• Conocer la metodología de investigación mediante encuestas, sus ventajas y sus limitaciones. • Conocer las fases de una encuesta por muestreo y la gestión integral de la misma. • Conocer los métodos estadísticos para la delimitación y solución de problemas asociados a la toma de datos en encuestas. • Uso y/o desarrollo de software específico para la toma, gestión y el tratamiento de datos mediante encuestas. • Uso y aplicación de programas de software libre para la encuestación. • Conocer la metodología de algunas encuestas complejas elaboradas por institutos de investigación. • Diseño de una propuesta integral de investigación mediante encuestas.
Prerrequisitos y recomendaciones	No se exigen requisitos específicos para cursar los contenidos propuestos, si bien es conveniente que el alumno tenga conocimientos básicos de Estadística y/o Matemáticas, adquiridos tras haber cursado una asignatura/curso de estas materias a nivel de grado universitario. El aprendizaje del alumno en las técnicas de encuestación se adaptará al nivel de conocimientos estadísticos que este posea. No obstante, es obvio que un alumno que curse simultáneamente los cursos de Métodos de Muestreo y/o de Estadística Computacional, tendrá mayor facilidad para seguir algunos de los contenidos. En todo caso, el curso tiene como objetivo el aprendizaje del alumno en la materia teniendo en cuenta su nivel e intereses.
Contenidos	1. Encuestas por muestreo. Análisis y tratamiento estadístico de datos de encuestas. 1.1. Fases de una encuesta. Muestreo y marcos muestrales. 1.2. Diseño y gestión de cuestionarios. 1.3. Escalas de medida. Validación de cuestionarios. 1.4. Trabajo de campo. Planificación temporal. 1.5. Chequeo, validación y grabación de los datos. 1.6. Análisis y tratamiento de la falta de respuesta. 1.7. Técnicas de depuración e imputación de datos. 2. Tratamiento computacional de la encuestación. 2.1. Diseño de cuestionarios con Data Entry Builder de SPSS. 2.2. Creación, diseño y gestión de cuestionarios en html y javascript. 2.3. Grabación, codificación y depuración de datos con SPSS. 2.4. Validación de escalas con SPSS. 2.5. Tablas e informes con SPSS. 2.6. Imputación de datos con SPSS. 2.7. Encuestación con software libre. 3. Estudio y análisis de encuestas elaboradas. 3.1. Encuesta de Población Activa (EPA). 3.2. Encuesta de Continua de Presupuestos Familiares (ECPF). 3.3. Índice de Precios de Consumo (IPC). 3.4. Barómetros de Opinión.

Metodología	El curso se desarrolla de modo virtual usando la plataforma Moodle. Los contenidos del curso estarán a disposición del alumno, con idea de que pueda planificar su trabajo autónomo desde el inicio. Se proporcionarán, a modo de trabajos individualizados, diversos temas específicos en cada tema y otros más generales para desarrollar propuestas de investigación mediante encuestas. Asimismo se proporcionarán tests de autoevaluación en cada tema para que el alumno pueda observar su progresión en el estudio y dominio de los temas a tratar. Al final de cada tema, en los plazos que se irán indicando en la plataforma, el alumno deberá entregar los trabajos individualizados y un cuestionario original de 10 preguntas sobre el tema tratado que se añadirá a las cuestiones existentes en Moodle. Al final del curso, el alumno deberá realizar un trabajo individual sobre DOS de las siguientes materias: ▪ Una propuesta integral de investigación mediante encuestas. ▪ Construcción, diseño y gestión de un cuestionario estructurado en DataEntry Builder, html o javascript. ▪ Un trabajo a elección sobre un tema relativo a las técnicas de análisis y tratamiento estadístico de datos de encuestas.
Bibliografía	1. Azorín, F. y Sánchez-Crespo, J.L. (1986). Métodos y aplicaciones del muestreo. Madrid: Alianza. 2. Babbie, E. (2000) Fundamentos de la investigación social. Thompson. 3. Briones, G. (1990) Métodos y técnicas de investigación en las ciencias sociales, Trillas, México. 4. Cochran, W.G. (1981). Técnicas de muestreo. México: CECSA. 5. Converse, J.M. y Presser, S. Survey Questions. Sage University. 6. Díaz de Rada, V. (1999) Técnicas de análisis de datos para investigadores sociales: aplicaciones prácticas con SPSS para Windows. Madrid: RA-MA. 7. Kish, L. Diseño estadístico para la investigación. Siglo XXI. Madrid, 1995. 8. León, O.G. y Montero, I. (2002). Métodos de Investigación en Psicología y Educación. McGraw-Hill. Madrid. 9. Martínez Martín, V.C. (2003). Diseño de encuestas de opinión. Madrid: Ra-Ma. 10. Ortega, E. y otros (2005). Manual de Investigación Comercial. Pirámide. 11. Publicaciones del I.N.E: ▪ Encuesta de Población Activa: Descripción de la Encuesta, Definiciones e Instrucciones para la Cumplimentación. ▪ Encuesta de Presupuestos Familiares: Metodología. ▪ Índice de Precios de Consumo. Monografía Técnica. 12. Rojas, A.J., Fernández, J.S. y Pérez, C. (Eds) (1998) Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos. Madrid: Síntesis. 13. Santos Peñas, J. (2006) Diseño de encuestas para los estudios de mercado. Técnicas de muestreo y análisis multivariante. Cerasa. Madrid. 14. Sierra Bravo, R. (1988) Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios. Paraninfo. 15. SPSS para Windows. Manual del usuario. 16. SPSS Data Entry Builder. Manual del usuario. 17. Visauta, B (1998). Técnicas de Investigación Social: Recogida de Datos. P.P.U. 18. Zikmund, W. (2003). Fundamentos de Investigación de Mercados, 2ª ed. Madrid: Thomson.
Criterios de evaluación	▪ Valoración de los conocimientos adquiridos mediante la realización de los tests de autoevaluación contenidos en la plataforma Moodle para cada uno de los temas a desarrollar y entrega de 10 cuestiones para cada tema: hasta 3 puntos. ▪ Valoración de los trabajos individuales sobre DOS de las materias propuestas (ver apartado Metodología): hasta 4 puntos (hasta 2 por cada trabajo). ▪ Evaluación de la capacidad para transmitir los resultados y conclusiones del trabajo individual, mediante la preparación de la exposición para su difusión en la plataforma Moodle: hasta 2 puntos. ▪ Uso de las herramientas de comunicación: participación en los foros de debate, chats, correo, etc.: hasta 1 punto. El curso se superará con una puntuación acumulada de 5 o más puntos.